Arauca, enero del 2026

Doctora
NUVIA AIDEE MARTINEZ NIEVES
Profesional Universitario Banco de Programas y Proyectos
Arauca

Asunto: Ajuste al decreto de liquidación del presupuesto según Acuerdo Municipal N°200.02.012 del 24/11/2025 denominado "POR MEDIO DEL CUAL SE FIJA EL PRESUPUESTO DE RENTAS, RECURSOS DEL CAPITAL Y SE APROPIAN LOS GASTOS DEL MUNICIPIO DE ARAUCA, PARA LA VIGENCIA FISCAL COMPRENDIDA ENTRE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2026 Y SE CONCEDEN UNAS AUTORIZACIONES", del proyecto "DESARROLLO DE ACCIONES PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL MARCO DE LA POLÍTICA DE EMPLEO DECENTE DEL MUNICIPIO DE ARAUCA".

Cordial saludo,

Por medio de la presente, me permito solicitar respetuosamente realizar reducción por traslado de recursos al proyecto denominado **"DESARROLLO DE ACCIONES PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN EL MARCO DE LA POLÍTICA DE EMPLEO DECENTE DEL MUNICIPIO DE ARAUCA",** identificado con código BPIN **202500000040064,** el cual fue formulado, registrado y viabilizado inicialmente bajo las siguientes condiciones:

VALOR TOTAL PROYECTO	VALOR VIABILIZADO	FUENTE	TIEMPO	FECHA VIABILIDAD
$350.000.000.00	$350.000.000.00	I.C.L.D	Ocho (08) meses	29/10/2025

El proyecto radicado en el Banco de proyectos, inicialmente contempla el siguiente presupuesto de inversión, con actividades y recursos, tal como se indica en la siguiente tabla de presupuesto.

Presupuesto Inicial.

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	**COMPONENTE 1: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS PLANES DE NEGOCIO**				
1.1.	Estrategia de comunicación y difusión	Número	1	$ 3.410.000	$ 3.410.000
1.2	Acompañamiento técnico en la formulación de planes de negocios a emprendedores	Número	15	$ 13.106.000	$ 196.590.000
2	**COMPONENTE 2. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS**				
2.1	Estrategia de comunicación y difusión	Número	1	$ 3.410.000	$ 3.410.000

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2.2	Acompañamiento técnico en la implementación de estrategias en las ideas de negocios a emprendedores	Número	15	$ 9.772.667	$ 146.590.000
				VALOR TOTAL	$ 350.000.000

Justificación.

Los ajustes a las actividades del proyecto, se realizan con el fin de garantizar la pertinencia, coherencia, viabilidad técnica y financiera del mismo. Ajustes que se realizan con el objeto de alinearlas con los objetivos específicos del proyecto, a los beneficiarios participantes del proyecto y a las tendencias actuales relacionadas con el empleo decente. Estos ajustes no solo permitirán optimizar los recursos disponibles, sino que también se enfocarán a la obtención de resultados finales de calidad y que respondan a las necesidades reales de las Mipymes.

Por consiguiente, la modificación del recurso conlleva a un ajuste proporcional en las actividades 1.1. Estrategia de comunicación y difusión proyecto y 2.1 Estrategia de comunicación y difusión proyecto, se amplían los recursos destinados a las estrategias, lo cual resulta estratégico para maximizar el alcance, la equidad y el impacto en relación a la formulación de planes e implementación de ideas de negocios emprendedores. Una mayor inversión en promoción y difusión permitirá obtener cobertura, por lo tanto, conllevará a aumentar la participación de la población interesada en participar del proceso en mención.

Dicha estrategia comprenderá la realización de una pieza publicitaria, emisión de cuñas radiales y difusión en redes sociales, la cual no requiere de estudio de mercados, ya que los valores unitarios se encuentran estipulados en el plan de medios vigencias 2024-2027 de la administración municipal.

Lo anterior con el fin de priorizar las líneas de acción con mayor capacidad de generación de empleo formal, además de garantizar el cumplimiento de las actividades planteadas con el presupuesto asignado, evitando la desfinanciación de las mismas, garantizar la calidad técnica de los resultados finales, con el propósito de garantizar la viabilidad y cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Estos ajustes corresponden a las actividades en cantidad y valores contenidos en los componentes principales del proyecto, quedando de la siguiente manera:

Presupuesto ajustado

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	**COMPONENTE 1: IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS PLANES DE NEGOCIO**				
1.1.	Estrategia de comunicación y difusión	Número	1	$ 3.762.800	$ 3.762.800
1.2	Acompañamiento técnico en la formulación de planes de negocios a emprendedores	Número	13	$ 13.106.000	$ 170.378.000

Ítem	COMPONENTES Y SUS ACTIVIDADES	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
2	**COMPONENTE 2. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS**				
2.1	Estrategia de comunicación y difusión	Número	1	$ 3.762.800	$ 3.762.800
2.2	Acompañamiento técnico en la implementación de estrategias en las ideas de negocios a emprendedores	Número	13	$ 9.772.667	$ 127.044.671
2.3	Otros	Número	1	$ 51.729	$ 51.729
				VALOR TOTAL	**$ 305.000.000**

DESCRIPCIÓN DE COMPONENTES Y ACTIVIDADES

COMPONENTE 1. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS LOCALES

Con el desarrollo del componente busca generar condiciones favorables que impulsen el crecimiento económico, la creación de empleo y el desarrollo social a nivel comunitario con el objetivo de fortalecer ideas de negocio en 15 emprendimientos araucanos, con énfasis en el fortalecimiento de competencias clave para la gestión, innovación y sostenibilidad de los negocios, con proyección a mediano y largo plazo.

El acompañamiento proporciona a los emprendedores conocimientos prácticos, herramientas modernas y estrategias efectivas para la promoción, comercialización y posicionamiento de sus productos y servicios en el mercado, aumentando así su competitividad y capacidad de generar valor agregado. Para ello, inicialmente se realizará convocatoria abierta para la participación y selección de los beneficiarios del proyecto

Selección y diagnóstico inicial para la convocatoria de los emprendimientos. Para el proceso de selección se requiere desarrollar las siguientes actividades:

Convocatoria. El proceso de convocatorias tiene por objetivo lograr atraer el mayor número de futuros emprendedores con ideas o proyectos de emprendimiento. La invitación se debe realizar a través de medios escritos y comunicados de prensa, para que se presenten en el sitio indicado, a registrar la propuesta.

Selección de ideas de negocio. Una vez finalizadas las jornadas de convocatoria, se procede a seleccionar las ideas de negocio o emprendimientos, teniendo en cuenta los siguientes requisitos:

- Ser mayor de dieciocho (18) años
- Ser emprendedor ubicado en el municipio de Arauca.
- No haber sido beneficiario de programas de fortalecimiento empresarial por parte de la Alcaldía municipal de Arauca dentro de los dos (2) años anteriores a la fecha de la convocatoria.
- Firma de carta de compromiso que indique su total disposición para participar de las actividades del proyecto, además de comprometerse a colaborar y dar cumplimiento a las recomendaciones hechas por el equipo profesional vinculado, a cargo del proyecto

De acuerdo al orden de selección se elabora la base de datos en Excel, donde se consigne la información que dará lugar a la inclusión del programa y/o proyecto.

La selección deberá enfocarse a futuros emprendimientos, los cuales deben estar direccionados a líneas de producción de bienes y servicios que tienen demanda en el mercado local.

El diagnóstico inicial. La fase de diagnóstico se realizará mediante la aplicación de métodos sencillo, lo que permitirá diagnosticar a los futuros emprendedores, proponer estrategias y actuaciones de mejora a partir de los conocimientos existentes y adquiridos en el proceso mismo de desarrollo del programa.

Para la elaboración del diagnóstico inicial, se contempla seguir los siguientes pasos:
1. Convocatoria a los primeros quince futuros emprendimientos, identificados en la fase de selección
2. Reunión con los futuros beneficiarios
3. Análisis de la información contemplada en cada idea de negocio.
4. Elaboración del diagnóstico

Para el desarrollo de este ítem, se deberá realizar un (01) diagnostico por cada futuro emprendimiento, con la finalidad de identificar la capacidad emprendedora, sus habilidades, artes u oficios en torno a la idea de negocio, expectativas, retos, riesgos, en sí, podrá utilizar la matriz de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas.

Actividad 1.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Tan pronto se realiza la convocatoria, antes de iniciar el proceso de inscripción y selección, se realizará la campaña publicitaria, que tendrá una duración de quince (15) días y contemplará los siguientes elementos a saber:

Realización de una pieza publicitaria de 35 segundos con el texto y efectos de audios acordados para emisión en radio u otro medio que permita la difusión sonora. Se realizará la producción de una (1) cuña radial para la promoción de la convocatoria del proyecto haciendo énfasis en la población a beneficiar y la temática a tener en cuenta para el desarrollo de las actividades (audio, video, fotografía).

Se tendrá en cuenta para la producción las características contempladas en el plan de medios vigente para la administración municipal. El material debe ser aprobado por el área de comunicaciones de la Alcaldía de Arauca y el supervisor del proyecto, antes de ser publicado.

Emisión de cuñas radiales. Con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de la población objetivo del proyecto, se debe pautar un total de 32 cuñas radiales que se distribuirán en el transcurso de quince (15) días en emisoras locales y preferiblemente en espacios noticiosos. Las cuñas deben ser emitidas en mínimo dos (02) emisoras del municipio de Arauca en el noticiero de la mañana y noticiero del medio día).

La emisión de cuñas se realizará conforme a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Producción de una pieza publicitaria de 25 segundos en video. Usando los parámetros del guion entregado por la entidad. De igual forma se debe elaborar un material de video que a través de las plataformas de Facebook, Instagram y Youtube permita incentivar el interés de los emprendedores en participar en las actividades del proyecto de manera asertiva. Esta actividad se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Productos a entregar:
Una (01) estrategia de promoción y difusión realizada.

Soportes:
- Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co
- Certificado o pantallazos de la difusión en redes sociales
- Pieza publicitaria de 35 segundos para emisión en radio u otro medio
- Certificado de la emisión de las cuñas radiales

Actividad 1.2. ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO EN LA FORMULACION DE PLANES DE NEGOCIOS A EMPRENDEDORES

Constituyen la etapa formativa de los emprendedores donde reciben asesoría en temas básicos empresariales, para tal fin se conformarán los grupos que hacen parte de los diferentes emprendimientos seleccionados previamente para la construcción de los planes de negocios.

A través de secciones grupales se trabajarán los conceptos básicos de mercadeo, productivos y financieros con la respectiva aplicación a cada una de las ideas de negocio, con el fin de que cada emprendedor construya su modelo de gestión acorde a su idea, proyecciones y características reales del mercado.

Como complemento al componente grupal, se desarrollarán acercamientos individuales en el que el consultor y emprendedor afinan conceptos, ajustan datos y cifras, correspondiente a su respectiva idea de negocio.

El resultado de esta etapa es el documento (cartilla) con el modelo de negocio y el respectivo plan de inversión requerido para su ejecución.

Actividades

- ✓ Preparación de contenidos y herramientas de asesoría empresarial.
- ✓ Diseño de formatos de actas y evaluación de asesorías.
- ✓ Programación de visitas.
- ✓ Levantamiento de actas de cada asesoría
- ✓ Elaborar informes de avances de cada emprendimiento.
- ✓ Evaluación de satisfacción de las asesorías por parte de las Mipymes (intermedias y final)

Metodología. Consiste en la elaboración de quince (15) planes de negocio para MIPYMES en un periodo de tres (03) meses, durante este tiempo se acompañará al futuro emprendedor para estructurar la idea de negocio y asegurar la viabilidad del mismo. Esta herramienta permitirá identificar los recursos que se requieren, cómo generar ingresos, quién es tu

competencia y cómo gestionar el crecimiento de la empresa. Finalizada la etapa de elaboración de los planes de negocio, se realizará el acompañamiento durante cuatro (04) meses a cada emprendedor para que se materialice y se obtengan los resultados esperados.

Para elaborar cada plan de negocio se contemplará la siguiente información.

1. Resumen Ejecutivo:

- Descripción de la empresa
- Misión y visión
- Objetivos
- Productos o servicios
- Mercado objetivo
- Propuesta de valor (Qué hace diferente a tu emprendimiento de la competencia)
- Resumen financiero (Si tienes proyecciones, ingresos esperados o requerimientos financieros)

2. Descripción de la Empresa

- Nombre de la empresa y tipo legal
- Ubicación
- Historia (si aplica) (cómo surgió la idea del emprendimiento)
- Estructura organizativa

3. Estudio de Mercado (corresponde al análisis del entorno en el que se desarrollará el negocio).

4. Productos o Servicios (corresponde detallar todo lo relacionado con los productos o servicios que se van a ofrecer).

5. Plan de Marketing

6. Plan Operativo (proceso de funcionamiento de la empresa día a día)

7. Plan Financiero (proyecciones financieras del negocio)

8. Análisis de Riesgos (incluir los posibles riesgos que pueden afectar el negocio y cómo mitigarlos)

Recurso humano requerido: Para la ejecución de esta actividad se requiere profesionales de Ingeniería, Mercadeo y Publicidad, Administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Productos entregables:
- ✓ Quince (15) planes de negocios para emprendedores formulados

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo de la actividad
- ✓ Registro fotográfico
- ✓ Lista de asistencia

✓ Ficha metodológica de construcción de los planes de negocio

9.1.2. IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS

Actividad 2.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

Tan pronto se realiza la convocatoria, antes de iniciar el proceso de inscripción y selección, se realizará la campaña publicitaria, que tendrá una duración de quince (15) días y contemplará los siguientes elementos a saber:

Realización de una pieza publicitaria de 35 segundos con el texto y efectos de audios acordados para emisión en radio u otro medio que permita la difusión sonora. Se realizará la producción de una (1) cuña radial para la promoción de la convocatoria del proyecto haciendo énfasis en la población a beneficiar y la temática a tener en cuenta para el desarrollo de las actividades (audio, video, fotografía).
Se tendrá en cuenta para la producción las características contempladas en el plan de medios vigente para la administración municipal. El material debe ser aprobado por el área de comunicaciones de la Alcaldía de Arauca y el supervisor del proyecto, antes de ser publicado.

Emisión de cuñas radiales. Con el objetivo de llegar a la mayor cantidad de la población objetivo del proyecto, se debe pautar un total de 24 cuñas radiales que se distribuirán en el transcurso de quince (15) días en emisoras locales y preferiblemente en espacios noticiosos. Las cuñas deben ser emitidas en mínimo dos (02) emisoras del municipio de Arauca en el noticiero de la mañana y noticiero del medio día).

La emisión de cuñas se realizará conforme a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Producción de una pieza publicitaria de 25 segundos en video. Usando los parámetros del guion entregado por la entidad. De igual forma se debe elaborar un material de video que a través de las plataformas de Facebook, Instagram y Youtube permita incentivar el interés de los emprendedores en participar en las actividades del proyecto de manera asertiva. Esta actividad se realizará de acuerdo a las características del plan de medios vigente en la administración municipal.

Productos a entregar:
Una (01) estrategia de promoción y difusión realizada.

Soportes:

- Banner para cabezote del home del portal institucional www.arauca-arauca.gov.co
- Certificado o pantallazos de la difusión en redes sociales
- Pieza publicitaria de 35 segundos para emisión en radio u otro medio
- Certificado de la emisión de las cuñas radiales

Actividad 2.2. Acompañamiento técnico en la implementación de estrategias en las ideas de negocios a emprendedores

El acompañamiento de futuros emprendedores permite que, durante el tiempo de ejecución del proyecto, con actividades de acompañamiento a la gestión empresarial, se logre conllevar a la madurez del negocio y permanencia del mismo.

Metodología. Consiste en la elaboración de quince (15) estrategias de ideas de negocio en un periodo de tres (03) meses, durante este tiempo se acompañará al futuro emprendedor para estructurarlas y asegurar la viabilidad de cada una de ellas. Posteriormente se realizará el acompañamiento técnico durante cuatro (04) meses a cada emprendedor para la implementación de cada una de las ideas de negocio.

Se deberá acompañar a cada uno de ellos de acuerdo al sector y orientar los cumplimientos en los aspectos de Marketing digital, Servicio de atención al cliente, Posicionamiento de marca, Estrategia de penetración en el mercado y Estrategia de expansión del mercado, teniendo en cuenta lo anterior se tiene:

MARKETING Y MERCADEO

Mercadeo

- Análisis del mercado
- Plan de marketing
- Marketing digital
- Marketing de contenidos

Ventas

- Técnicas de venta
- Atención al cliente
- Venta cruzada y venta adicional
- Metodologías de ventas
- Herramientas de gestión

Servicio al cliente

- Atención al cliente
- Comunicación efectiva
- Resolución de conflictos

MARKETING DIGITAL

Teórico:

- Definición de Marketing Digital
- Fundamentos del Marketing Digital
- Canales de Marketing Digital
- Herramientas de Marketing Digital
- Estrategias y Métricas
- Marketing de Transparencia

Práctico:

- Diseño publicidad digital
- Diseño de marketing de contenidos
- Diseño de marketing para redes sociales

POSICIONAMIENTO DE MARCA

Teórico:

- ¿Qué es el Posicionamiento de Marca?
- Importancia del Posicionamiento de Marca
- Tipos de Posicionamiento de Marca
- Estrategias para Mejorar el Posicionamiento de Marca
- Instrumentos para desarrollar el posicionamiento de marca

Práctico:

- Definición de la marca.
- Nombre de negocio
- Creación del eslogan
- Diseño del logotipo
- Definición del lenguaje visual.
- Construcción de la voz para la marca.
- Construcción del branding

ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO

TEORICO

- Definición y objetivos principales: aumentar ventas, ganar audiencia y ganar posicionamiento frente a la competencia.
- Fórmula para calcular la tasa de penetración: clientes actuales / tamaño total del mercado.
- Reducción de precios: Ofrecer un producto a un precio más bajo para fomentar la prueba inicial.
- Marketing y publicidad: Desarrollar campañas enfocadas en la oferta y adaptar los mensajes para abordar conceptos erróneos del público objetivo.
- Expansión de canales: Ampliar la distribución para llegar a más clientes potenciales.
- Mejora del producto: Realizar ajustes o mejoras en la oferta para hacerla más atractiva.
- Alianzas estratégicas: Colaborar con otras empresas para agrupar recursos y llegar a nuevos segmentos.

PRACTICO

- Análisis del mercado objetivo: Identificar a los clientes actuales y potenciales, sus necesidades y barreras de entrada.
- Desarrollo de estrategias: Diseñar planes de acción concretos, como campañas de precios, promociones o estrategias de comunicación.
- Uso de herramientas: Aplicar herramientas como la matriz de Ansoff para identificar oportunidades de crecimiento.

- Plan de ejecución: Crear un plan para implementar las estrategias, incluyendo la medición de resultados y la adaptación de las tácticas según el rendimiento.
- Estudios de caso: Analizar ejemplos reales de empresas que han utilizado con éxito estas estrategias.

ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN DEL MERCADO

TEORICO

- Modelos de expansión de mercado: El modelo de cuatro estrategias de crecimiento de Ansoff es un marco fundamental:
- Penetración de mercado: Aumentar la participación en mercados actuales con productos existentes.
- Desarrollo de mercado: Introducir productos existentes en nuevos mercados geográficos.
- Desarrollo de producto: Crear nuevos productos para los mercados existentes.
- Diversificación: Entrar en mercados completamente nuevos con nuevos productos.

-Análisis de mercado:
- Identificación de mercados con mayor potencial de crecimiento.
- Análisis de la competencia y las necesidades del cliente.
- Uso de datos para tomar decisiones estratégicas más precisas.

-Otras estrategias de crecimiento:
- Expansión geográfica (diversificación geográfica).
- Expansión online.
- Alianzas estratégicas.
- Adquisiciones o fusiones.

PRACTICO

- Identificación de oportunidades: Investigar y priorizar mercados geográficos o demográficos con potencial de crecimiento para su empresa.
- Diseño de estrategia: Desarrollar un plan para ingresar a un nuevo mercado, que puede incluir el análisis de precios, distribución y promoción.
- Plan de implementación: Crear un plan de acción detallado para escalar gradualmente las operaciones en el nuevo mercado.

-Construcción de herramientas:
- Crear un embudo de ventas que funcione tanto en el mercado actual como en el nuevo.
- Mejorar la experiencia del cliente para aumentar la lealtad y la retención.

- Análisis de riesgos: Evaluar y mitigar los riesgos asociados con la expansión antes de que ocurran.

Recurso humano requerido: Para la ejecución de esta actividad se requiere un (01) profesional de Ingeniería, Mercadeo y Publicidad, Administración o áreas afines con experiencia certificada en temas relacionados con las actividades a desarrollar.

Productos entregables:

- ✓ Una (1) estrategia para cada uno de los trece (13) planes de negocios de emprendedores formuladas

Soportes:
- ✓ Informe técnico del desarrollo de la actividad
- ✓ Registro fotográfico
- ✓ Lista de asistencia
- ✓ Ficha metodológica de construcción de la estrategia de cada plan de negocio

Nota: Una vez estructurados los planes de negocio y las estrategias, se socializará con cada uno de los trece (13) emprendimientos para su aprobación final.

Las actividades son ajustadas a los requerimientos vigentes, especificaciones técnicas y soportes incluidos en el ajuste solicitado para su respectiva aprobación.

VALOR TOTAL PROYECTO	VALOR AJUSTADO	FUENTES	TIEMPO	FECHA DE VIABILIDAD
$350.000.000,00	$305.000.000,00	S.G.P LI	Siete (7) meses	16/02/2026

Lo anterior para su conocimiento y fines pertinentes.

Atentamente,

YOMY VANESSA ESPINEL DURÁN
Secretaria de Planeación Municipal

Proyectó: **Carmen Emilia Sua Sánchez/** Profesional Universitario Planeación Municipal